

**UNIVERSIDAD NACIONAL
TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**TESIS PARA OBTENER
EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**FACTORES SOCIOECONÓMICOS PARA DETERMINAR
LA IMPLEMENTACIÓN DEL MERCADO DE ABASTOS
EN CAJARURO, 2023**

Autora: Bach. Isabela Bustamante Barrantes

Asesor: Dr. Carlos Alberto Hinojosa Salazar

Registro: (.....)

CHACHAPOYAS – PERÚ

2024

DEDICATORIA

A Dios quien me fortalece cada día de mi vida, para seguir cumpliendo mis metas. A mis padres Lucila y Germán por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad. Y a mi hermano Lenin por su gran apoyo en todo momento.

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la salud y vida, por su infinita misericordia y por mostrarme el camino a seguir.

A docentes y administrativos de la Escuela Profesional de Administración de Empresas de la UNTRM; por todos los esfuerzos realizados en bien de mi formación profesional: Una formación de calidad, de ardua investigación, y de compromiso total.

A mi asesor, Dr. Carlos Alberto Hinojoza Salazar, por todo su apoyo, su valiosa experiencia, dedicación, y conocimientos impartidos; a todos y cada uno de sus alcances para hacer posible este trabajo.

**AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ
DE MENDOZA DE AMAZONAS**

**Ph.D. JORGE LUIS MAICELO QUINTANA
RECTOR**

**Dr. OSCAR ANDRÉS GAMARRA TORRES
Vicerrector Académico**

**Dra. MARÍA NELLY LUJÁN ESPINOZA
Vicerrectora de Investigación**

**Mag. CIRILO LORENZO ROJAS MALLQUI
Decano de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS



ANEXO 3-L

VISTO BUENO DEL ASESOR DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

El que suscribe el presente, docente de la UNTRM (x)/Profesional externo (), hace constar que ha asesorado la realización de la Tesis titulada Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en Cajamarca, 2023; del egresado Isabella Bustamante Barrantes de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas de esta Casa Superior de Estudios.

El suscrito da el Visto Bueno a la Tesis mencionada, dándole pase para que sea sometida a la revisión por el Jurado Evaluador, comprometiéndose a supervisar el levantamiento de observaciones que formulen en Acta en conjunto, y estar presente en la sustentación.

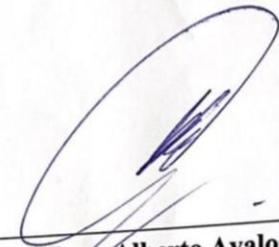


Chachapoyas, 14 de Marzo de 2024


Firma y nombre completo del Asesor

Dr. Carlos Alberto Hinajosa Salazar

JURADO EVALUADOR DE LA TESIS



Mtro. Juan Alberto Avalos Hubeck
PRESIDENTE



Mrta. Selvina Altamirano Montenegro
SECRETARIO



Mrta. Melissa Dalila Feria Hernandez
VOCAL

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-Q

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

Los suscritos, miembros del Jurado Evaluador de la Tesis titulada:

Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastar en Cajariño, 2023.

presentada por el estudiante ()/egresado (X) Isabela Bustamante Barantes

de la Escuela Profesional de Administración de empresas

con correo electrónico institucional 7243565171@untrm.edu.pe

después de revisar con el software Turnitin el contenido de la citada Tesis, acordamos:

- La citada Tesis tiene 20 % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es menor (X) / igual () al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM.
- La citada Tesis tiene _____ % de similitud, según el reporte del software Turnitin que se adjunta a la presente, el que es mayor al 25% de similitud que es el máximo permitido en la UNTRM, por lo que el aspirante debe revisar su Tesis para corregir la redacción de acuerdo al Informe Turnitin que se adjunta a la presente. Debe presentar al Presidente del Jurado Evaluador su Tesis corregida para nueva revisión con el software Turnitin.



Chachapoyas, 30 de MAYO del 2024.


SECRETARIO


PRESIDENTE


VOCAL

OBSERVACIONES:

.....
.....

REPORTE TURNITIN

FACTORES SOCIOECONÓMICOS PARA DETERMINAR LA IMPLEMENTACIÓN DEL MERCADO DE ABASTOS EN CAJARURO, 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

20%
INDICE DE SIMILITUD

18%
FUENTES DE INTERNET

2%
PUBLICACIONES

6%
TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.untrm.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
5	repositorio.utesup.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	1library.co Fuente de Internet	1%
7	es.slideshare.net Fuente de Internet	1%
8	seidcyt.coqcyt.gob.mx Fuente de Internet	1%


Presentador


Supervisor


Vocal

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS



UNTRM

REGLAMENTO GENERAL
PARA EL OTORGAMIENTO DEL GRADO ACADÉMICO DE
BACHILLER, MAESTRO O DOCTOR Y DEL TÍTULO PROFESIONAL

ANEXO 3-5

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL

En la ciudad de Chachapoyas, el día 17 de Julio del año 2024, siendo las 11:00 horas, el aspirante: Isabela Bustamante Barrantes, asesorado por Dr. Carlos Alberto Hingjosa Salazar defiende en sesión pública presencial (X) / a distancia () la Tesis titulada: Factores Socioeconómicas para determinar la implementación del mercado de abastos en Cojaruro, 2023, para obtener el Título Profesional de Lic. en Administración de Empresas, a ser otorgado por la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas; ante el Jurado Evaluador, constituido por:

Presidente: Mtro. Juan Alberto Avalos Huback

Secretario: Mtro. Selvina Altamirano Montenegro

Vocal: Mtro. Melissa Dalila Feria Hernández

Procedió el aspirante a hacer la exposición de la Introducción, Material y métodos, Resultados, Discusión y Conclusiones, haciendo especial mención de sus aportaciones originales. Terminada la defensa de la Tesis presentada, los miembros del Jurado Evaluador pasaron a exponer su opinión sobre la misma, formulando cuantas cuestiones y objeciones consideraron oportunas, las cuales fueron contestadas por el aspirante.

Tras la intervención de los miembros del Jurado Evaluador y las oportunas respuestas del aspirante, el Presidente abre un turno de intervenciones para los presentes en el acto de sustentación, para que formulen las cuestiones u objeciones que consideren pertinentes.

Seguidamente, a puerta cerrada, el Jurado Evaluador determinó la calificación global concedida a la sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional, en términos de:

Aprobado (X) por Unanimidad (X)/Mayoría () Desaprobado ()

Otorgada la calificación, el Secretario del Jurado Evaluador lee la presente Acta en esta misma sesión pública. A continuación se levanta la sesión.

Siendo las 11:50 horas del mismo día y fecha, el Jurado Evaluador concluye el acto de sustentación de la Tesis para obtener el Título Profesional.

SECRETARIO

PRESIDENTE

VOCAL

OBSERVACIONES:

ÍNDICE O CONTENIDO GENERAL

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRÍGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS	iv
VISTO BUENO DEL ASESOR DE LA TESIS	v
JURADO EVALUADOR DE LA TESIS	v
CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DE LA TESIS	vii
REPORTE TURNITIN	viii
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE LA TESIS	IX
ÍNDICE O CONTENIDO GENERAL	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiv
I. INTRODUCCIÓN	15
II. MATERIAL Y MÉTODOS	19
2.1. Tipo y diseño de investigación	19
2.2. Población, muestra, muestreo	19
2.3. Variables de Estudio	20
2.4. Métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos	20
2.4.1. Técnicas	20
2.4.2. Instrumento de recolección de datos	20
2.4.3. Análisis de datos	20
III. RESULTADOS	23
IV. DISCUSIÓN	39
V. CONCLUSIONES	41
VI. RECOMENDACIONES	42
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	43
ANEXOS	45
Anexo 01: Operacionalización de Variables	45
Anexo 02: ENCUESTA A CERCA DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE INFLUYEN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MERCADO DE ABASTOS EN CAJARURO – AMAZONAS, 2023.	47
Anexo 03: VALIDACION DE INSTRUMENTO	50

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Coeficiente de Correlación- Spearman	22
Tabla 2. Los precios y ofertas son importantes en la implementación de un mercado para realizar sus compras	23
Tabla 3. Los productos y servicios que brinden en el mercado de abastos sean de tradición cultural en el distrito	24
Tabla 4. Si existiera un mercado de abastos en su distrito comprará usted ahí	25
Tabla 5. En caso de que usted cultive algún producto estaría dispuesto a comercializarlo en el mercado de abastos	26
Tabla 6. Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Beneficiaria económicamente a su familia?	27
Tabla 7. Un mercado de abastos en su zona que radica, ¿Mejoraría la calidad de vida de la población?	28
Tabla 8. Considera que la opinión de sus amistades, incide al realizar decisiones de sus compras en el mercado	29
Tabla 9. Considera usted que su estatus social (clase social) influye al comprar sus productos	30
Tabla 10. Al tener un mercado de abasto en cajaruro, y te propondrían tener un puesto de venta. ¿Aceptaría?	31
Tabla 11. Actualmente desempeña alguna ocupación para ayudar en el hogar	32
Tabla 12. ¿Semanalmente gasta S/. 80 en compras de productos de primera necesidad familiar?	33
Tabla 13. Cree usted que sus compras que realiza en un mercado están acorde a sus ingresos económicos.	34
Tabla 14. Al tener un mercado de abasto en cajaruro, ¿Ahorraría tiempo en realizar sus compras de mercado?	35
Tabla 15. ¿Usted gasta S/. 30 en pasaje o movilidad al realizar sus compras de mercado?	36
Tabla 16. Considera usted que el gasto destinado a la compra de alimentos mensual es mayor a 200 soles.	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Los precios y ofertas son importantes en la implementación de un mercado para realizar sus compras	23
Figura 2. Los productos y servicios que brinden en el mercado de abastos sean de tradición cultural en el distrito	24
Figura 3. Si existiera un mercado de abastos en su distrito comprará usted ahí	25
Figura 4. En caso de que usted cultive algún producto estaría dispuesto a comercializarlo en el mercado de abastos	26
Figura 5. Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Beneficiaria económicamente a su familia?	27
Figura 6. Un mercado de abastos en su zona que radica, ¿Mejoraría la calidad de vida de la población?	28
Figura 7. Considera que la opinión de sus amistades, incide al realizar decisiones de sus compras en el mercado	29
Figura 8. Considera usted que su estatus social (clase social) influye al comprar sus productos	30
Figura 9. Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, y te propondrían tener un puesto de venta. ¿Aceptaría?	31
Figura 10. Actualmente desempeña alguna ocupación para ayudar en el hogar	32
Figura 11. ¿Semanalmente gasta S/. 80 en compras de productos de primera necesidad familiar?	33
Figura 12. Cree usted que sus compras que realiza en un mercado están acorde a sus ingresos económicos.	34
Figura 13. Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Ahorraría tiempo en realizar sus compras de mercado?	35
Figura 14. ¿Usted gasta S/. 30 en pasaje o movilidad al realizar sus compras de mercado?	36
Figura 15. Considera usted que el gasto destinado a la compra de alimentos mensual es mayor a 200 soles.	37

RESUMEN

La tesis titulada Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023 tuvo como objetivo general determinar los factores socioeconómicos que influyen en la implementación de un mercado de abastos en cajaruro- Amazonas, 2023, la tesis de tipo descriptiva tuvo como método de estudio el inductivo, para lo cual se hizo una encuesta que fue aplicada a las familias ubicados en las calles del distrito de cajaruro, dentro de los resultados encontrados los beneficios y las desventajas en este comercio informal que serán presentados en figuras, se dispone una propuesta con estrategias para el comercio informal, finalmente la tesis concluye que para poder implementar un mercado de abastos se analiza las variables socioeconómicas, cuanto puede un familiar gastar mensual o semanal, la mayor parte de ellos gastan 80 soles semanales y/o otros más de esa cantidad, que deben velar por la situación económica que como ciudadanos pasamos y la posibilidad de ahorrar el tiempo, para que uno pueda realizar otras actividades laborales, y que los mercados de abastos deben ser construidos para crear un equipamiento comercial en el distrito, y de nuevos consumidores teniendo en cuenta los ingresos socioeconómicos de las familias.

Palabras Clave: Factores socioeconómicos, comercio, mercado, abastos.

ABSTRACT

The thesis entitled Socioeconomic Factors to determine the implementation of a food market in Cajaruro, 2023 had as general objective to determine the socioeconomic factors that influence the implementation of a food market in Cajaruro- Amazonas, 2023, the thesis of descriptive type had as methods of study the inductive, For which a survey was made and applied to the families located in the streets of the district of Cajaruro, within the main results found we have an analysis of the benefits and disadvantages of engaging in this informal trade, which are presented in figures, Finally, the thesis concludes that in order to implement a food market, the socioeconomic variables are analyzed, how much a family member can spend monthly or weekly, most of them spend 80 soles per week and/or others more than that amount, that they should take care of the economic situation that as citizens we spend and the possibility of saving time, so that one can perform other work activities, and that the food markets should be built to create a commercial equipment in the district, and new buying habits of consumers taking into account the socioeconomic income of families.

Key words: Socioeconomic factores, commerce, market, supplies.

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, el consumo de productos básicos ha aumentado significativamente, por lo que las personas intentan organizarse para satisfacer sus necesidades alimentarias básicas comprándolos más cerca de casa, por ejemplo, en almacenes, mercados y otros lugares no residenciales. Además de esto, varios factores como el riesgo de accidentes, agresiones, esfuerzo físico, aumento de gastos económicos y pérdida de tiempo también pueden contribuir a este problema. (Tejeda, 2019). Uno de los factores que contribuye a este problema es la falta de todos los artículos necesarios, y es fácil que los compradores no llenen sus carritos con los artículos que desean. El problema al que se enfrentan los hogares de la región de Amazonas es la falta de un centro de abastecimiento básico: el mercado. (Salazar & Ramo, 2022). Entonces las familias acuden a bares cercanos, puestos improvisados o al menos tienen que ir a supermercados, mercados y mercadillos lejos de donde viven, lo que significa que enfrentan un aumento de la criminalidad, la inversión de tiempo y recursos financieros. Costo, transporte inconveniente y otros factores. Dicho esto, se planteó como problema de investigación: ¿Cuáles son los factores socioeconómicos que influyen en la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023?, objetivo general: Determinar los factores socioeconómicos que influyen en la implementación de un mercado de abastos en cajaruro- Amazonas, 2023 y como objetivos específicos: Diagnosticar los factores sociales del mercado de abastos en cajaruro- Amazonas, 2023, diagnosticar los factores económicos del mercado de abastos en cajaruro-Amazonas, 2023 y analizar las variables socioeconómicas que más influyen en la decisión de implementación del mercado de abastos en Cajaruro – Amazonas 2023. El contexto de este estudio se considera la investigación realizada en contextos internacionales, nacionales y locales. Por ejemplo, a nivel internacional se han realizado los siguientes estudios:

(Fuentes, 2019), en su tesis “Factores Socioeconómicos y su incidencia en el nivel de vida de las familias de la ciudad de La Trinidad, Municipio de Estelí”. La cual tiene como finalidad ver los factores que influirán en la vida de las familias y demostrar sus situaciones socioeconómicas de las diferentes viviendas en la ciudad de La Trinidad. Por el cual se recolecto indicadores económicos de: empleo, ingresos, gastos, ahorros, así mismo de indicadores sociales, tal como educación, salud vivienda, entre otros. Para este estudio se utilizó un enfoque cuantitativo, siendo del tipo aplicada, de una investigación de corte transversal y se estableció en el muestreo aleatorio simple. en consecuencia, lo

que se obtuvo es que los ingresos por familia son aproximadamente bajos ya que se debe al tipo de empleo y al nivel de estudios que tienen la mayoría de los jefes de hogar, simbolizando un inconveniente para aumentar su nivel de vida.

(Cendeño, 2020), en su tesis “Factores Socioeconómicos y su influencia en la preferencia de los consumidores de las cadenas de los supermercados del Canton Jipijapa”. Consideró como objetivo de su investigación establecer factores socioeconómicos que influyan en las preferencias de los consumidores de los supermercados del cantón Jipijapa. Utilizando la metodología del método inductivo ya que se estudió hechos observados, factores económicos y sociales, adoptando un muestreo intencional o de conveniencia, obteniendo como resultado distinguir los factores sociales que influirán en la preferencia de sus consumidores, donde se determinó que el porcentaje mayoritario correspondiendo al género femenino un 58%; la edad que predominó en su indagación correspondieron de 41 a 45 años el 15%; el nivel de educación tuvo más relevancia en los consumidores con grado de bachiller un 41%; el nivel social se enfatizó según a ingresos y la mayor participación en porcentaje fue la de clase media baja de 37%, en cuanto a su economía oscilaron entre 601 a 900 dólares americanos al mes 39%. Y concluye que los factores sociales son de mejor influencia de los consumidores, en efecto los clientes que acuden hacer sus compras quincenalmente son de acorde al trato, si el personal atiende con amabilidad, excelente atención y exista un ambiente acogedor al interior del local.

(Tudela, 2021), en su tesis “Un análisis de los factores socioeconómicos que determinan el comportamiento empresarial informal en la ciudad de Juliaca San José” El objetivo de la carrera de contabilidad y finanzas es analizar los factores socioeconómicos que determinan el comportamiento empresarial. Se utilizó como método un enfoque transversal no experimental, sin manipulación de las variables en el cual corresponde también la investigación al tipo descriptivo correccional. Obteniendo como resultados a través del cuestionario, que el factor de género femenino en un 75%, la edad 26 a 30 años en un 43%, estado civil divorciado 35% y lo que es nivel educación en secundaria completa 42%. Por lo que se llegó a concluir que los factores socioeconómicos determinantes para el mercado San José de la presente investigación son los bajos ingresos económicos de la población y la falta de trabajo.

En cuanto a investigaciones nacionales encontramos a (Ticona, 2020), en su tesis “Implementación del centro de abastos en el distrito del Villa El Salvador para obtener el

título profesional de arquitecto, consideró de objetivo implementar un centro de abasto en Villa El Salvador que abarquen las necesidades de los pobladores en Villa el Salvador. Utilizando un enfoque cualitativo buscando detallar las causas en conexión a los problemas, también presenta un nivel descriptivo. Teniendo como resultados indicadores de ventilación, ubicación, materiales, seguridad y confort. Logrando como conclusión de que en donde sea el centro de abastos el terreno tendría que contar con las facilidades de accesibilidad, así mismo un diseño relacionado al estilo urbano y por otra parte con las ventajas de un ambiente adecuado y la comodidad de los usuarios compradores.

(Tejada, 2020), Examina la identificación de los factores socioeconómicos que afectan el comercio informal de los vendedores del mercado en la región de Belemiktos en su obra "Factores socioeconómicos que afectan el comercio informal de los vendedores del mercado en la región de Belemiktos. Recibió el título profesional de economista". Utiliza el alcance descriptivo no experimental como un método en el que las variables no se manipulan y los fenómenos se observan tal como son y luego se analizan. Además, utiliza un diseño correlacional transversal ya que describe las variables y analiza su ocurrencia en el tiempo para obtener resultados e identificar los factores sociales más importantes en el estudio de mercado de proveedores de Belén: factores económicos que influyen en el estudio. En cuanto a la educación, existe una correlación estadísticamente significativa entre los dos factores descritos: nivel de ingresos, motivos para la venta informal y dificultades para la venta formal. Se concluyó que los factores socioeconómicos que más afectaron a los vendedores durante este período fueron la educación y el ingreso, así como las dificultades de formalización y la región de origen.

Y en cuanto a investigaciones locales tenemos a (Gomez, 2020), en su tesis "Factores sociales determinantes del ingreso económico familiar del Pueblo Joven 16 de octubre", consideró de objetivo identificar los factores sociales determinantes del ingreso económico familiar del pueblo Joven 16 de octubre, Chachapoyas 2019. En el cual utilizó una investigación descriptiva, correlacional y explicativa, además empleo el método deductivo y analítico. Obteniendo como resultados que los factores más relevantes fueron el ingreso económico de las familias, así mismo género, nivel educativo y modalidad de trabajo dependiente e independiente en el cual si un jefe de familia trabaja de cualquier de las modalidades mencionadas existe la posibilidad de que los ingresos de sus familiares sean mayores. Concluyendo que al estudiar los factores sociales en la población Joven 16

de octubre se tuvo la edad de 31 a los 40 años, en el hogar jefes con nivel de secundaria completa, género mayor “masculino”, estado civil (casados). En lo laboral cuentan con 10 u 20 años de experiencia trabajando de manera independiente.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

2.1. Tipo y diseño de investigación

Se utilizará el tipo de investigación básica, ya que nos dará a conocer la realidad de los factores socioeconómicos de nuestra investigación con la finalidad de poder contribuir, descubrir o interpretar los hechos y fenómenos encontrados.

(Vega, 2021) El propósito de la investigación descriptiva es identificar los rasgos y características importantes de cualquier fenómeno bajo análisis. Por lo tanto, al analizar los factores sociales y económicos, se utilizará la investigación descriptiva para encontrar características importantes para los hogares.

Se utilizará el diseño no Experimental porque las variables no se manipularán solo se observarán los fenómenos tal como son. Y es de tipo transversal, pues los datos que se obtendrán serán de un solo momento, tiempo único con respecto a la población determinada. En la investigación no experimental, observamos fenómenos que ocurren en el medio natural y luego los analizamos. (Baptista, 2019)

2.2. Población, muestra, muestreo

Población: Al respecto Hernández et al. (2018) Afirman que una población es un grupo de objetos o elementos, que pueden ser finitos o infinitos, y que tienen características similares para que las conclusiones puedan generalizarse a todo el grupo. Según el censo la población del centro poblado cajaruro se consideró por vivienda particulares ocupadas y desocupadas. Para el presente estudio se está considerando a 565 familias de viviendas particulares ocupadas de cajaruro.

Muestra: Según Gallardo (2020) está formado por un subconjunto o parte limitada de la población, refleja las principales características de la población y, por tanto, es representativo.. La fórmula para obtener la muestra es:

$$n = \frac{Z_a^2 * p * q * N}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$
$$n = \frac{565 * 1.96^2 * 0.95 * 0.05}{0.05^2 * (565 - 1) + 1.96^2 * 0.95 * 0.05}$$
$$n = 64.83$$
$$n = 65$$

La muestra está conformada por 65 familias del centro poblado de cajaruro que serán encuestados para el presente estudio.

Muestreo: La aplicación del muestreo aleatorio simple, dado que este procedimiento permitirá seleccionar al azar a las familias involucradas.

2.3. Variables de Estudio

V1: Factores socioeconómicos. Socioeconómico se define como aquello que se relaciona con elementos socioeconómicos. Al mismo tiempo, las sociedades (comunidades de individuos que viven en el mismo territorio y comparten normas) están interconectadas y las economías dependen de las economías. (Pardo, 2019)

2.4. Métodos de investigación, técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. Técnicas

La técnica que se empleo es cuantitativa y será en base a los reportes estadísticos y análisis de la variable. La técnica para la elaboración de investigación de campo se hizo a través de la encuesta.

2.4.2. Instrumento de recolección de datos

Para encontrar la información necesaria se utilizó las siguientes herramientas: encuestas (una para cada variable), herramienta de factores socioeconómicos. Con preguntas alternativas o de opción múltiple, las opciones están predefinidas de 1 a 2, donde 1 es sí y 2 es no, es decir a cada encuestado se le pregunta el autor. Sugiera posibles respuestas. Esta herramienta me permitió homogeneizar y equiparar información sobre las dos variables de investigación. Se determinó según el programa SPSS (Fiabilidad) dando como resultado de alfa de Cronbach 0.834 dando validez al instrumento para recolección de datos y aplicar la encuesta.

2.4.3. Análisis de datos

Con respecto a los datos ya recopilados y utilizando en la investigación el instrumento se demostrará a través de los siguientes pasos:

- **Ordenar y clasificar**

Se realizará con el fin de poder seguir una secuencia y a la vez obtener un orden de la información, seguidamente ser más eficaz al momento de interpretarlo y no tener problemas al momento de hacer su revisión.

- **Proceso de computarizado en Excel**

Los resultados que obtenga pasaran a ser procesadas en una laptop, así mismo se tabulará teniendo en cuenta para este desarrollo la utilización de Microsoft Excel.

- **Análisis estadístico**

Para finalizar se dará el análisis estadístico en el cual será de importancia utilizará la estadística descriptiva con el software SPSS según los siguientes componentes:

- **Cuadros de distribución de frecuencias.** Donde permitirá identificar las puntuaciones de las características de las preguntas de la encuesta a realizar.
- **Gráficos estadísticos de barras.** Por lo cual evidenciara los resultados de las preguntas empleadas en la encuesta realizada.

Hipótesis: Existen factores socioeconómicos que influyen en la implementación de un mercado de abastos en cajaruro- Amazonas, 2023.

Tabla 1. *Coefficiente de Correlación- Spearman*

			Correlaciones	
			VAR00001	VAR00002
Rho de Spearman	VAR00001	Coefficiente de correlación	1.000	-.582*
		Sig. (bilateral)	.	.023
		N	15	15
	VAR00002	Coefficiente de correlación	-.582*	1.000
		Sig. (bilateral)	.023	.
		N	15	15

*. La correlación es significativa en el nivel 0,500 (bilateral).

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

INTERPRETACIÓN: Spearman es una medida lineal de asociación que utiliza la clasificación, el orden y la comparación de sujetos dentro de cada grupo. Este coeficiente es útil cuando el número (n) de pares de sujetos que desea asociar es pequeño. Además del grado de correlación entre dos variables, la Rho de Spearman se puede utilizar para determinar la dependencia o independencia de dos variables aleatorias.

Dado que el valor p resultante es 0,00 y el resultado es inferior a 0,01, hay evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, lo que confirma que existe una correlación positiva significativa con un coeficiente de correlación de 0,582 como efecto. Además, se puede observar que el resultado del coeficiente tau-b de Kendall calculado es 0.582, lo que también muestra que las variables estudiadas tienen una correlación positiva moderada. (Apaza, 2022)

III. RESULTADOS

Se presentan los resultados obtenidos de acuerdo con las preguntas que responden a los objetivos específicos.

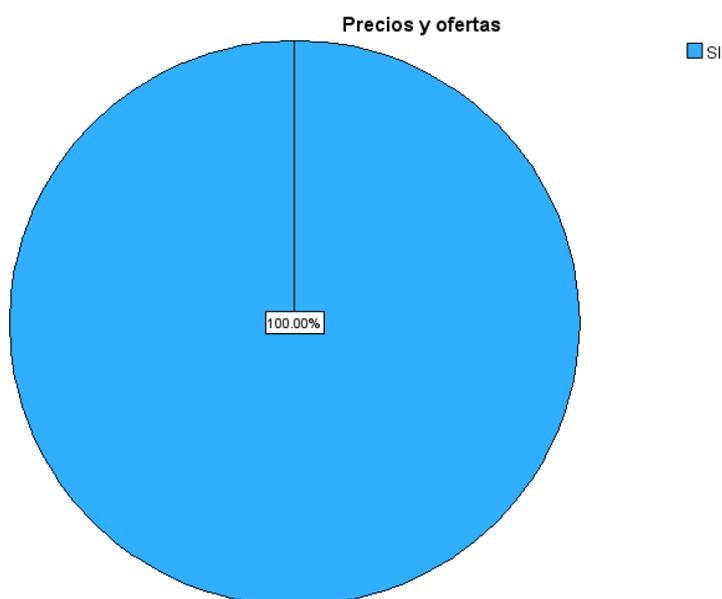
Objetivo específico 01: Diagnosticar los factores sociales del mercado de abastos en Cajaruro-Amazonas, 2023

Tabla 2. Los precios y ofertas en la implementación de un mercado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	65	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada.

Figura 1. Los precios y ofertas son importantes en la implementación de un mercado para realizar sus compras



Se interpreta en la Figura 1 que, el 100% de los encuestados describen que los precios y ofertas SI son importantes para la implementación de un mercado den el distrito de cajaruro, ya que en el distrito no cuenta con uno que abastece los productos necesarios.

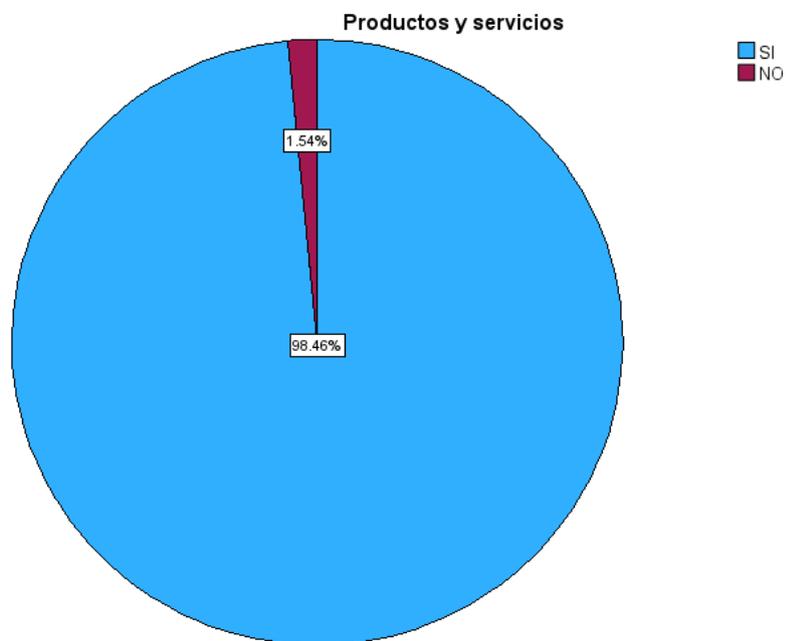
Tabla 3

Los productos y servicios que brinden en el mercado de abastos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	64	98.5	98.5	98.5
	NO	1	1.5	1.5	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 2. Los productos y servicios que brinden en el mercado de abastos sean de tradición cultural en el distrito



Se interpreta en la Figura 2 que, el 98.5% de los encuestados elijen la opción SI, que sus productos sean de tradición cultural, un 1.5% se muestra indiferente, con la pregunta propuesta.

Tabla 4

Si existiera un mercado de abastos en su distrito comprará usted ahí

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	64	98.5	98.5	98.5
	NO	1	1.5	1.5	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 3. Si existiera un mercado de abastos en su distrito comprará usted ahí.



De la Figura 3 se puede interpretar que: el 98.5% de la población de acuerdo a la pregunta planteada, ellos eligieron SI comprarían en el mercado que implementen en el distrito y el 1.5% se muestra indiferente, opinan lo contrario.

Tabla 5

En caso de que usted cultive algún producto estaría dispuesto a comercializarlo en el mercado de abastos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	64	98.5	98.5	98.5
	NO	1	1.5	1.5	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 4. En caso de que usted cultive algún producto estaría dispuesto a comercializarlo en el mercado de abastos



De la Figura 4 se interpreta que: un 98.5% de la población encuestada optaron por la opción SI, que en caso cultiven un producto lo comercializarían en el mercado de abastos, y un 1.5% opinan diferente, NO lo comercializarían lo harían en otra parte de la ciudad.

Según el primer objetivo, obtenemos como resultado que el elemento social en la implementación del mercado de alimentos es lo que se puede ofrecer a la comunidad de cajaruro como precio y oferta que puede ser proporcionada por la organización comercializadora de alimentos, junto con el 100% de los encuestados, y al mismo tiempo entender su precio, de manera que cada familia decide comprar en la institución o decide

ir a la ciudad, independientemente o aumentar el costo de la canasta familiar. Además, el servicio debe ser bueno. El 98,5% de los encuestados también indicó que lo más importante es el servicio que se puede brindar.

Objetivo específico 02: Diagnosticar los factores económicos del mercado de abastos en Cajaruro-Amazonas, 2023.

Tabla 6

Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Beneficiaria económicamente a su familia?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	62	95.4	95.4	95.4
	NO	3	4.6	4.6	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 5. Al tener un mercado de abasto en cajaruro, ¿Beneficiaria económicamente a su familia?



De la Figura 5 se puede interpretar que: un 95.4% de la población encuestada su respuesta es que SI Beneficiaria económicamente a su familia, y un 4.6% optan por la opción contraria, para ellos no cuenta como un beneficio.

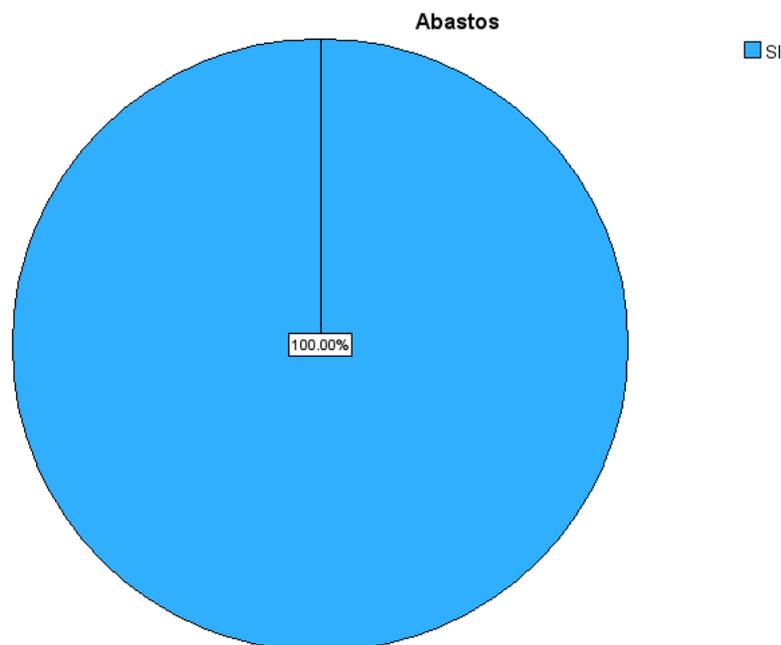
Tabla 7

Un mercado de abastos en su zona que radica, ¿Mejoraría la calidad de vida de la población?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	65	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 6. Un mercado de abastos en su zona que radica, ¿Mejoraría la calidad de vida de la población?



De la Figura 6 se puede interpretar que: un 100% de la población encuestada, para ellos un mercado de abasto SI mejoraría la calidad de vida de la población.

Tabla 8

Opinión de sus amistades, decisiones de sus compras en el mercado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	49	75.4	75.4	75.4
	NO	16	24.6	24.6	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 7. Considera que la opinión de sus amistades, incide al realizar decisiones de sus compras en el mercado



De la Figura 7 se puede interpretar que: un 75.4% de las familias encuestadas que la opinión de sus amistades, SI incide al realizar decisiones de sus compras en el mercado y un 24.6% marcan la indiferencia, como un NO como respuesta única.

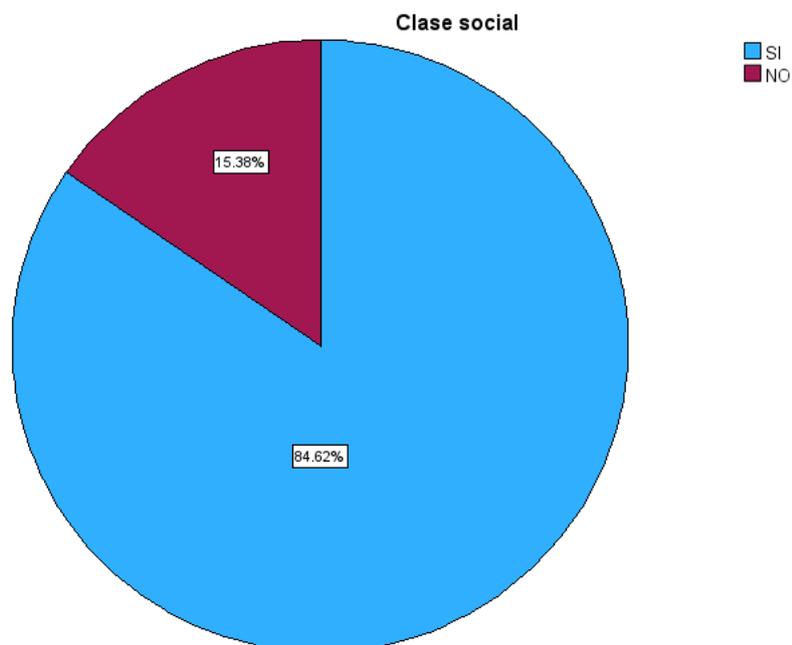
Tabla 9

Estatus social (clase social) influye al comprar sus productos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	55	84.6	84.6	84.6
	NO	10	15.4	15.4	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 8. Considera usted que su estatus social (clase social) influye al comprar sus productos



De la Figura 8 se puede interpretar que: un 84.6% de la población encuestada, para ellos que su estatus social (clase social) SI influye al comprar sus productos, y un 15.4% optan por decir lo contrario a los demás.

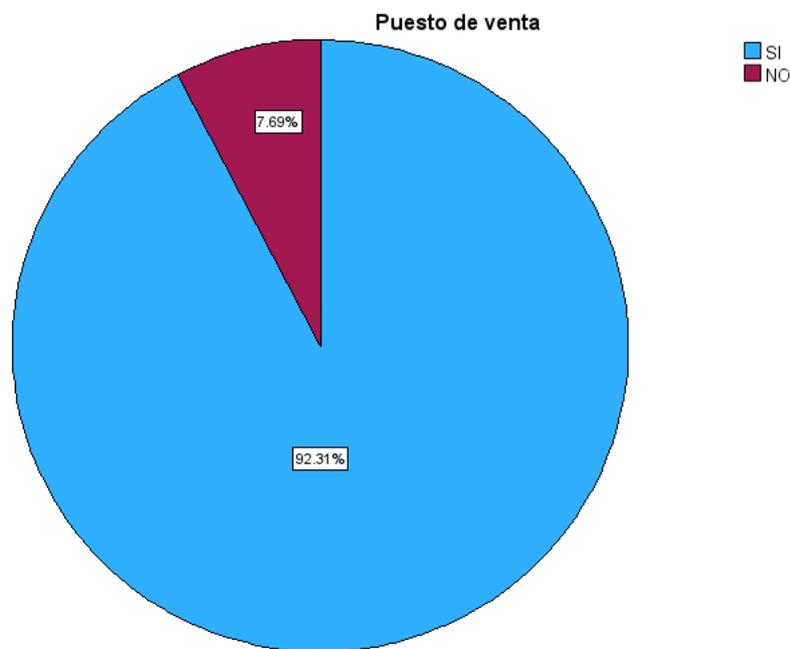
Tabla 10

Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, y te propondrían tener un puesto de venta. ¿Aceptaría?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	60	92.3	92.3	92.3
	NO	5	7.7	7.7	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 9. Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, y te propondrían tener un puesto de venta. ¿Aceptaría?



De la Figura 9 se puede interpretar que: un 92.3% de las familias encuestadas, SI aceptarían un puesto de venta, mientras que un 7.7% de ellos dan la contra, respondiendo con un NO, por motivos personales y de comercialización según lo investigado.

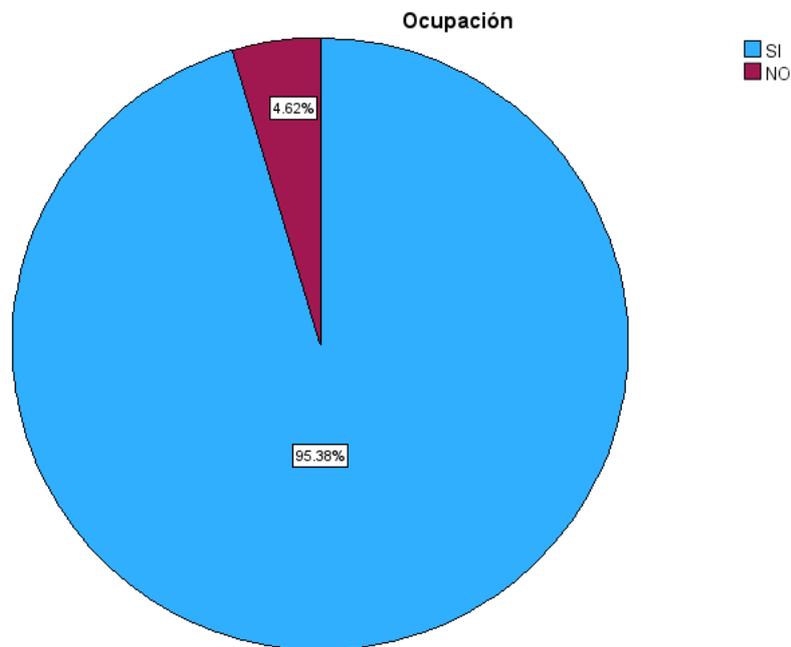
Tabla 11

Actualmente desempeña alguna ocupación para ayudar en el hogar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	62	95.4	95.4	95.4
	NO	3	4.6	4.6	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 10. Actualmente desempeña alguna ocupación para ayudar en el hogar



De la Figura 10 se puede interpretar que: un 95.4% de las familias encuestadas, la mayor parte de ellos desempeñan una ocupación que les permite apoyar en el hogar, y un 4.6% de ellos no desempeñan ninguna otra labor comercial o de trabajo.

De acuerdo al segundo objetivo específico, obtenemos como resultado que el elemento económico en la implementación del mercado de alimentos es cuanto puede uno pagar o gastar semanalmente en la comunidad de Cajaruro, ya que el 64.6% de ellos gastan semanal 80 soles y el 35.4% de ellos sus gastos semanales superan los 80 soles, otro factor es que las familias de Cajaruro por cuestión de tiempo prefieren encontrar los productos a mejor oferta y precio.

Objetivo específico 03: Analizar las variables socioeconómicas que más influyen en la decisión de implementación del mercado de abastos en Cajaruro – Amazonas 2023

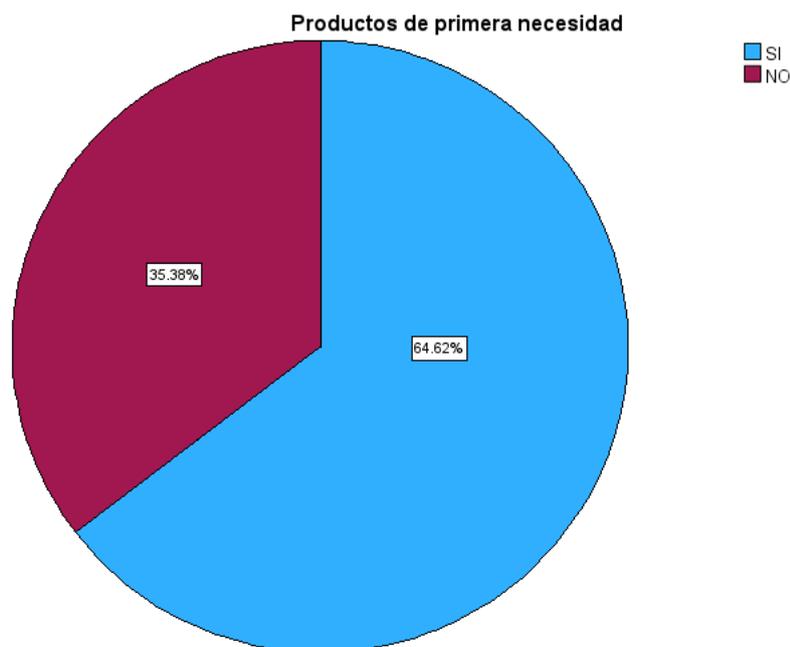
Tabla 12

¿Semanalmente gasta S/. 80 en compras de productos de primera necesidad familiar?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	42	64.6	64.6	64.6
	NO	23	35.4	35.4	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 11. ¿Semanalmente gasta S/. 80 en compras de productos de primera necesidad familiar?



De la Figura 11 se puede interpretar que: un 64.6% de la población encuestada, describen que sus gastos semanales en productos de primera necesidad es 80 soles, y un 35.4% de ellos supera dicho monto, por ser una familia extensa en algunos de los casos.

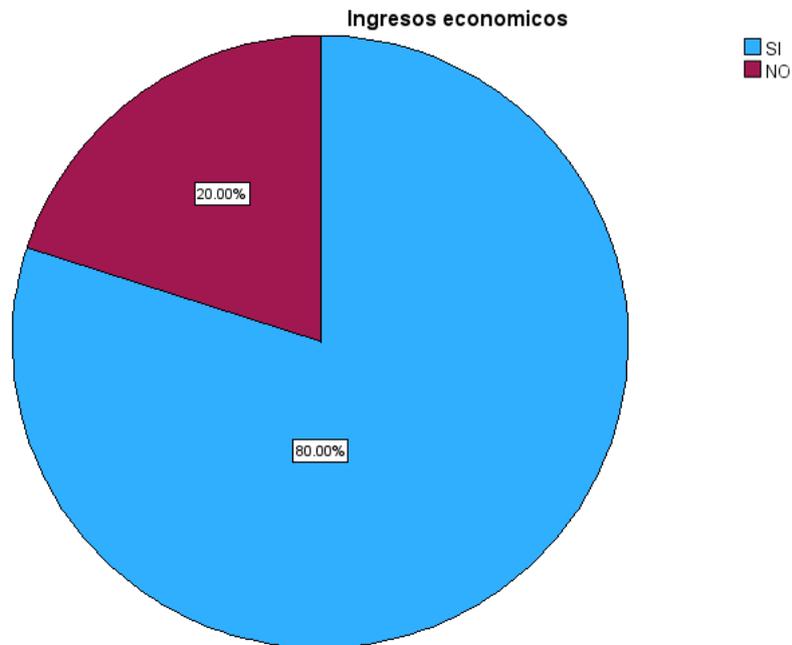
Tabla 13

Cree usted que sus compras que realiza en un mercado están acorde a sus ingresos económicos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	52	80.0	80.0	80.0
	NO	13	20.0	20.0	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 12. Cree usted que sus compras que realiza en un mercado están acorde a sus ingresos económicos



De la Figura 12 se puede interpretar que: un 80% de las familias encuestadas consideran que SI, que las compras que realiza en un mercado están acorde a sus ingresos económicos, y un 20% de ellos dicen que NO.

Tabla 14

Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Ahorraría tiempo en realizar sus compras de mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	64	98.5	98.5	98.5
	NO	1	1.5	1.5	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 13. Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Ahorraría tiempo en realizar sus compras de mercado?



De la Figura 13 se puede interpretar que: un 98.5% de la población encuestada, según los datos obtenidos SI ahorrarían tiempo en realizar sus compras, mientras que el 1.5% NO ahorrarían tiempo.

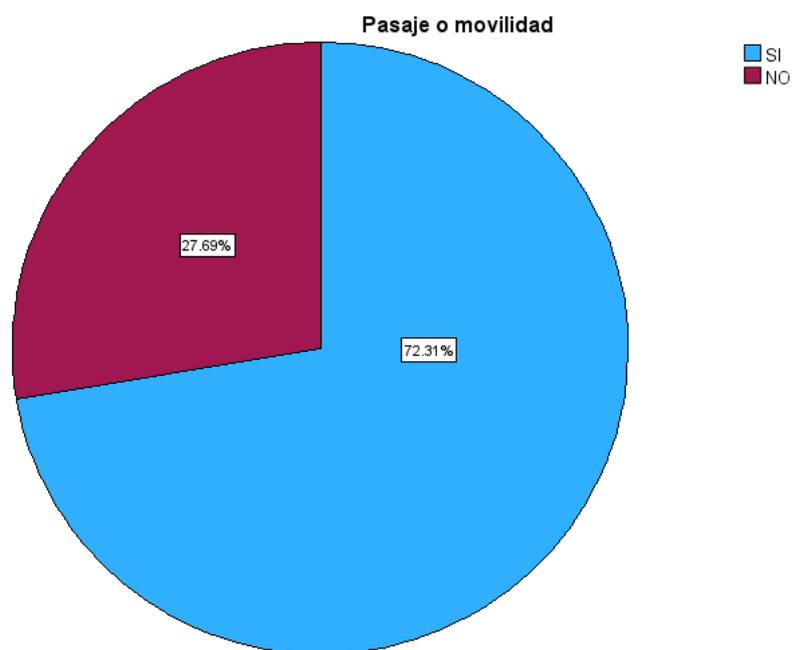
Tabla 15

¿Usted gasta S/. 30 en pasaje o movilidad al realizar sus compras de mercado?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	47	72.3	72.3	72.3
	NO	18	27.7	27.7	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 14. ¿Usted gasta S/. 30 en pasaje o movilidad al realizar sus compras de mercado?



De la Figura 14 se puede interpretar que: un 72.3% de las familias encuestadas describen que, SI gastan 30 soles en pasaje o movilidad para hacer sus compras de mercados, el 27.7% de ellos dicen que NO, ya que tienen su propia movilidad y más cómodo sale para ellos.

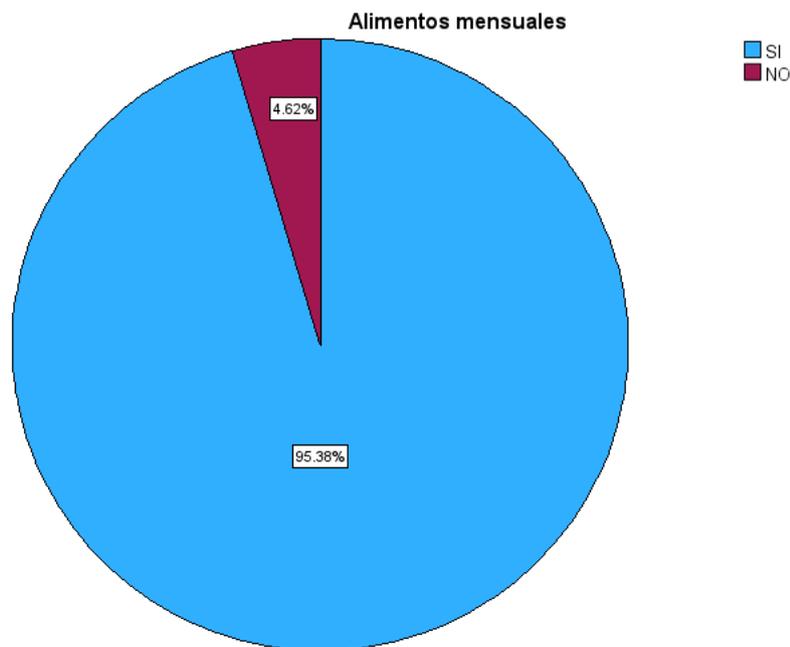
Tabla 16

Considera usted que el gasto destinado a la compra de alimentos mensual es mayor a 200 soles.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	SI	62	95.4	95.4	95.4
	NO	3	4.6	4.6	
	Total	65	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración según encuesta aplicada

Figura 15. Considera usted que el gasto destinado a la compra de alimentos mensual es mayor a 200 soles.



De la Figura 15 se puede interpretar que: de un 95.4% de la población encuestada se dice que el gasto para las compras de alimentos es mayor a 200 soles mensuales, el 4.6% de ellos dicen NO, ya que de ellos supera esa cantidad por ser una familia amplia en otros casos gastan menos.

De acuerdo al tercer objetivo específico de la implementación del mercado de abastos, es necesario analizar las variables socioeconómicas, cuánto pueden utilizar los miembros de la familia al mes o a la semana, la mayoría de los cuales utilizan 80 soles semanales y/o; los demás por encima de esta cantidad por la situación económica como ciudadano, y la

oportunidad de ahorrar tiempo para que las personas realicen otras actividades laborales, y por lo tanto también pueden ahorrar más en lugar de gastar mucho dinero , porque para ellos, el 72,3% gastan 30 soles semanales en pasaje para hacer sus compras. Que, además un 95.4% de la población el gasto para las compras de alimentos es mayor a 200 soles mensuales, el 4.6% de ellos supera esa cantidad por ser una familia amplia en otros casos gastan menos.

IV. DISCUSIÓN

A medida que la población sigue creciendo y las aldeas se expanden con frecuencia, es un fenómeno común que los residentes exijan productos de alta calidad y bajo costo, que para poder implementar un mercado de abastos se analiza las variables socioeconómicas, cuanto puede una familia gastar mensual o semanal, la mayor parte de ellos gastan 80 soles semanales y/o otros más de esa cantidad, que deben velar por la situación económica que como ciudadanos pasamos y la posibilidad de ahorrar el tiempo, para que uno pueda realizar otras actividades laborales, y así también puedan ahorrar más y no gastar mucho en pasajes de movilidad ya que el 72.3% de ellos pagan 30 soles semanales, otros puede ser menos por tener movilidad propia o mayor a 30 por otras acciones que puedan aumentar su gasto. En contraste con la investigación de Fuentes (2019) encontró en su investigación de forma similar indicadores de gastos, ahorros lo cual influyen en el nivel de vida de las familias y a la vez demuestran sus situaciones socioeconómicas. Adicionalmente en Cajaruro solo existe bodegas, tiendas comerciales, pero no cuenta con un mercado de abastos, el cual desean que los pobladores puedan hacer sus adquisiciones de sus productos en el mismo lugar de origen o convivencia. Sabemos que los mercados sin competencia no se animarán a mejorar, sino que actuarán en su propio interés. La gente de Cajaruro fue la que más sufrió. La solución propuesta a este problema es crear un nuevo mercado de suministro que tenga todo lo necesario para brindar un buen servicio al cliente, muchas veces con la ventaja de precios bajos.

Esto es gracias a los programas de asistencia que el gobierno distrital puede ofrecer a través de las supervisoras organizadas por los vecinos para darles conocimientos financieros y ayudarlos a crecer. Para realizar la implementación del mercado se analizará la situación económica, si se realizará el estudio de mercado, las variables socioeconómicas que influyen en la decisión para poder implementar la oferta del mercado y cuánto puede pagar o consumir la gente cada semana, porque el 64,6% de las personas el consumo semanal es de 80 soles. Otro factor es que con el tiempo prefieren lugares donde puedan encontrar las mejores ofertas de productos y precios.

Se analiza la situación actual de cajaruro y su crecimiento futuro para garantizar su implantación en el mercado, se deben elaborar planes de inversión, financiación y previsiones para incrementar la credibilidad de los socios y mostrarles más allá de la inversión en el mercado. Se debe ofrecer con mucho cuidado el producto y su calidad y

se debe tener en cuenta que las ventas del producto se basarán en la realidad de implantación en el mercado. Utilizamos el escenario base más probable en nuestros pronósticos, tenemos los resultados en base a nuestro primer objetivo que los factores sociales para implementar un mercado de abastos son los precios y las ofertas que como organización de venta de alimentos pueda ofrecer, con un total de 100% de encuestados la importancia radica en lo que puede ofrecer a la comunidad de Cajaruro y a la vez sus precios, para que cada familia decida comprar en el establecimiento o toman decisión de dirigirse a la ciudad, así tengan que gastar en pasajes o aumente el gasto de la canasta familiar. Además, debe tener un buen servicio con un 98.5% muchos de ellos también dicen que la importancia radica en el servicio que pueden ofrecer. Cendeño (2020) de forma similar en su investigación los factores sociales son de mejor afluencia de los consumidores en acorde al buen servicio, la amabilidad, el trato y la excelente atención.

V. CONCLUSIONES

Según los resultados precisados como parte de la investigación si existen factores socioeconómicos que influyen en la implementación de mercado de abastos en cajaruro, puesto que se confirma que existe una correlación positiva significativa con coeficiente de correlación de Rho de Spearman en 0.582 como efecto.

Respecto al primer objetivo específico, se diagnosticó que los factores sociales que más influyen para la implementación de mercado son los precios y ofertas con un porcentaje del 100% y seguidamente los productos y servicios con el 98.5% indicando que estos sean de tradición cultural del distrito de cajaruro.

Respecto al segundo objetivo específico se diagnosticó que los factores económicos que influyen al implementar un mercado, el 100% indicaron que al tener un centro de abastos este mejoraría la calidad de vida de la población, además que el 95.4% del centro poblado de cajaruro es que desempeñan una ocupación para ayudar en el hogar y cubrir la canasta familiar básica.

Finalmente, de acuerdo al tercer objetivo específico se concluyó que al analizar las variables socioeconómicas que más influyen en la decisión de implementación para el mercado de cajaruro es que el 98.5% de la población ahorrarían tiempo al tener un centro de abastos en la misma zona que radican. Así mismo el 95.4% indicó que su gasto es mayor a 200 soles destinados al comprar sus alimentos mensualmente.

VI. RECOMENDACIONES

Para las autoridades del distrito de cajaruro los resultados obtenidos en este estudio servirán como información clave para diagnosticar los municipios en función de las variables socioeconómicas que mayor impacto tienen en el estudio.

Para los estudiantes de administración se recomienda realizar más investigaciones para obtener más variables sobre la viabilidad de nuevas instalaciones de mercado, como la superficie del terreno, las autoridades municipales y los informes del departamento de salud.

Para la municipalidad del distrito de cajaruro mejorar las actividades y programas que aborden las ventajas y desventajas de la creación de nuevos mercados de oferta, así como los impactos sociales, económicos y ambientales del área de investigación. Además, las condiciones económicas y sociales de la población se monitorean periódicamente para orientar los planes y proyectos de los gobiernos regional y central destinados a mejorar las condiciones actuales.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Apaza. (01 de junio de 2022). La Correlación de Pearson o de Spearman en caracteres físicos y textiles de la fibra de alpacas. *scielo*, 33(3), 18. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1609-91172022000300009
- Baptista. (2019). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires. Recuperado el 12 de junio de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672021000200103
- Cendeño. (2020). *Factores Socioeconómicos y su influencia en la preferencia de los consumidores de las cadenas de los supermercados del Canton Jipijapa*. Mexico. Recuperado el 18 de junio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8042559.pdf>
- Fuentes. (2019). *Factores Socioeconómicos y su incidencia en el nivel de vida de las familias de la ciudad de La Trinidad, Municipio de Estelí*. Nicaragua. Recuperado el 18 de junio de 2023, de <https://repositorio.unan.edu.ni/12489/>
- Gallardo, E. (2020). *Metodología de la investigación*. Huancayo: Universidad Continental. Recuperado el 18 de junio de 2023, de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- Gomez. (2020). *Factores sociales determinantes del ingreso económico familiar del Pueblo Joven 16 de Octubre*. Pueblo Joven. Recuperado el 18 de junio de 2023, de <https://repositorio.untrm.edu.pe/handle/20.500.14077/1619/browse?type=dateissued>
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A., & Moreno, L. (2018). *Metodología de la Investigación Científica*. España: Ciencias. Recuperado el 18 de junio de 2023, de <https://books.google.com.pe/books?id=y3NKDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=metodologia+de+la+investigacion+sampieri&hl=es&sa=X&ved=2ahUKE>

wjF47mU6eb3AhUAALkGHVGwDQsQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q&f=fals
e

Pardo. (05 de agosto de 2019). Factores socioeconómicos. *Scielo*, 1-25. Recuperado el 18 de junio de 2023, de <https://www.scielo.org/article/csc/2019.v24n8/2793-2804/>

Salazar & Ramo. (01 de diciembre de 2022). Los centros de abasto popular en la ciudad neoliberal: las transformaciones de los mercados tradicionales. *scielo*, 12(2), 22. Obtenido de http://www.scielo.edu.uy/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2301-15132022000201304

Tejada. (2020). *Factores socioeconómicos que influyen en el comercio informal de los vendedores del mercado del distrito de Belén-Iquitos*. Iquitos. Recuperado el 18 de junio de 2023, de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/104522/Ccota_MY E-Mamani_LMP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tejada. (19 de diciembre de 2019). Factores que impulsan las importaciones de las empresas de alimentos procesados, mejorando su competitividad. *scielo*, 48(124), 22. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000200002

Ticona. (2020). *Implementación del centro de abastos en el distrito del Villa El Salvador*. El Salvador. Recuperado el 18 de junio de 2023, de https://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/20.500.12759/7451/1/REP_FANNY.ALVAREZ_LAURA.VILLAR_MERCADO.DE.ABASTOS.pdf

Tudela. (2021). *Análisis de los factores socioeconómicos determinantes de la práctica del comercio informal en el mercado San José de la ciudad de Juliaca*. Juliaca. Recuperado el 18 de junio de 2023, de <http://repositorio.upsc.edu.pe/handle/UPSC%20S.A.C./319>

Vega. (18 de mayo de 2021). Estudios transversales. *Sielo*, 1-18. Recuperado el 10 de junio de 2023, de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-05312021000100179

ANEXOS

Anexo 01: Operacionalización de Variables

PROBLEMA	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEM	ESCALA	INSTRUMENTO
¿Cuáles son los factores socioeconómicos que influyen en la implementación del mercado de abastos en Cajaruro, 2023?	FACTORES SOCIOECONÓMICOS	Se califica como socioeconómico a aquello vinculado a elementos sociales y económicos. Lo social, en tanto, está relacionado con la sociedad (una comunidad de individuos que viven en un mismo territorio compartiendo normas), mientras que lo económico depende de la economía (Pardo, 2019)	OFERTA	Precios	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considera que los precios y ofertas son importantes en la implementación de un mercado para realizar sus compras. ▪ Que los productos y servicios que brinden en el mercado de abastos sean de tradición cultural en el distrito. 	ESCALA DE LIKERT	CUESTIONARIO
			DEMANDA	Clientes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si existiera un mercado de abastos en su distrito compraría usted ahí. ▪ En caso de que usted cultive algún producto estaría dispuesto a comercializarlo en el mercado de abastos. 		
			FACTOR SOCIAL	Familia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Beneficiaria económicamente a su familia? ▪ Un mercado de abastos en su zona que radica, ¿Mejoraría la calidad de vida de la población? 		
				Grupos de	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considera que la opinión de sus amistades, incide al 		

				referencia	realizar decisiones de sus compras en el mercado.		
				Roles y status	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Considera usted que su estatus social (clase social) influye al comprar sus productos. 		
				Ocupación	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, y te propondrían tener un puesto de venta. ¿Aceptaría? ▪ Actualmente desempeña alguna ocupación para ayudar en el hogar. 		
			FACTOR ECONÓMICO	Ingreso económico	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Semanalmente gasta S/. 80 en compras de productos de primera necesidad familiar? ▪ Cree usted que sus compras que realiza en un mercado están acorde a sus ingresos económicos. 		
				Ahorro	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Ahorraría tiempo en realizar sus compras de mercado? 		
				Gastos	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ¿Cuánto dinero gasta en pasaje o movilidad al realizar sus compras de mercado? ▪ Considera usted que el gasto destinado a la compra de alimentos mensual es mayor a 200 soles. 		

Anexo 02: ENCUESTA A CERCA DE LOS FACTORES SOCIOECONÓMICOS QUE INFLUYEN EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN MERCADO DE ABASTOS EN CAJARURO – AMAZONAS, 2023.

Objetivo: Determinar los factores socioeconómicos que influyen en la implementación de un mercado de abastos en Cajaruro – Amazonas, 2023.

ENCUESTA						
	<p>Estimado (a), Buenos días, agradezco su amable colaboración, así como su tiempo, respondiendo con sinceridad las siguientes opciones de este cuestionario de preguntas. El objetivo de la encuesta es: Determinar los factores socioeconómicos que influyen en la implementación de un mercado de abastos en Cajaruro – Amazonas, 2023</p>					
Edad: _____	Sexo _____	Grado de Instrucción: _____				
Estado Civil: _____						
<p>Instrucciones: marque en el recuadro de respuestas de acuerdo a su apreciación, teniendo en cuenta la siguiente escala de medición:</p>						
<table border="1" style="margin: auto; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="padding: 5px;">1</td> <td style="padding: 5px;">2</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">SI</td> <td style="padding: 5px;">NO</td> </tr> </table>			1	2	SI	NO
1	2					
SI	NO					
<p>Recuerda que sus respuestas e información serán tratadas con toda confidencialidad, espero su participación voluntaria para el aporte y desarrollo de la presente investigación</p>						
OFERTA	1	2				
Considera que los precios y ofertas son importantes en la implementación de un mercado para realizar sus compras						
Que los productos y servicios que brinden en el mercado de abastos sean de tradición cultural en el distrito						
DEMANDA						
Si existiera un mercado de abastos en su distrito comprará usted ahí						
En caso de que usted cultive algún producto estaría dispuesto a comercializarlo en el mercado de abastos						
FACTOR SOCIAL						
Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Beneficiaria económicamente a su familia?						

Un mercado de abastos en su zona que radica, ¿Mejoraría la calidad de vida de la población?		
Considera que la opinión de sus amistades, incide al realizar decisiones de sus compras en el mercado		
Considera usted que su estatus social (clase social) influye al comprar sus productos		
Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, y te propondrían tener un puesto de venta. ¿Aceptaría?		
Actualmente desempeña alguna ocupación para ayudar en el hogar		
FACTOR ECONOMICO		
¿Semanalmente gasta S/. 80 en compras de productos de primera necesidad familiar?		
Cree usted que sus compras que realiza en un mercado están acorde a sus ingresos económicos.		
Al tener un mercado de abasto en Cajaruro, ¿Ahorraría tiempo en realizar sus compras de mercado?		
¿Usted gasta S/. 30 en pasaje o movilidad al realizar sus compras de mercado?		
Considera usted que el gasto destinado a la compra de alimentos mensual es mayor a 200 soles.		

Anexo 03: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título de la Investigación: Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023.

Investigador Principal: Bach. Adm. Isabela Bustamante Barrantes.

Afiliación del Investigador: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Instrumento a Validar: Cuestionario sobre Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023.

INSTRUCCIONES PARA EL EXPERTO:

Se le solicita revisar detenidamente el instrumento adjunto y proporcionar sus comentarios y sugerencias para garantizar su validez. Por favor, complete la siguiente ficha de validación.

1. Pertinencia del Contenido:

- ¿El instrumento aborda los temas y aspectos esenciales relacionados con el objetivo de la investigación?
 - Sí
 - No

Comentarios y sugerencias:

2. Claridad de los Ítems:

- ¿Los ítems del instrumento son claros y fáciles de entender?
 - Sí
 - No

Comentarios y sugerencias:

3. Relevancia de los Ítems:

- ¿Los ítems son relevantes para el propósito del instrumento?
 - Sí
 - No

Comentarios y sugerencias:

4. Consistencia y Coherencia:

- ¿El instrumento es coherente en su enfoque y terminología a lo largo de todos los ítems?
 - Sí

No
Comentarios y sugerencias:

5. **Formato y Diseño:**

• ¿El formato y diseño del instrumento facilitan la comprensión y respuesta por parte de los participantes?

- Sí
- No

Comentarios y sugerencias:

6. **Otros Comentarios Generales:**

Nombre del Experto:

Benjamin Ealden Polo Escobar

Firma del Experto:

[Handwritten Signature]

Fecha:

02-10-23

Este modelo puede ser adaptado según las necesidades específicas de la investigación y el tipo de instrumento que se esté validando. Es importante que el instrumento que se quiere validar se adjunte o acompañe a esta ficha cuando se envíe a los expertos.

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título de la Investigación: Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023.

Investigador Principal: Bach. Adm. Isabela Bustamante Barrantes.

Afiliación del Investigador: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Instrumento a Validar: Cuestionario sobre Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023.

INSTRUCCIONES PARA EL EXPERTO:

Se le solicita revisar detenidamente el instrumento adjunto y proporcionar sus comentarios y sugerencias para garantizar su validez. Por favor, complete la siguiente ficha de validación.

1. Pertinencia del Contenido:

- ¿El instrumento aborda los temas y aspectos esenciales relacionados con el objetivo de la investigación?
 - Sí
 - No

Comentarios y sugerencias:

2. Claridad de los Ítems:

- ¿Los ítems del instrumento son claros y fáciles de entender?
 - Sí
 - No

Comentarios y sugerencias:

3. Relevancia de los Ítems:

- ¿Los ítems son relevantes para el propósito del instrumento?
 - Sí
 - No

Comentarios y sugerencias:

4. Consistencia y Coherencia:

- ¿El instrumento es coherente en su enfoque y terminología a lo largo de todos los ítems?
 - Sí

No
Comentarios y sugerencias:

5. Formato y Diseño:

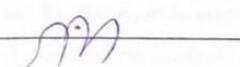
- ¿El formato y diseño del instrumento facilitan la comprensión y respuesta por parte de los participantes?
 - Sí
 - No

Comentarios y sugerencias:

6. Otros Comentarios Generales:

Nombre del Experto: JULIO AREVALO REATEGUI

Firma del Experto:



Fecha: 02/10/23

Este modelo puede ser adaptado según las necesidades específicas de la investigación y el tipo de instrumento que se esté validando. Es importante que el instrumento que se quiere validar se adjunte o acompañe a esta ficha cuando se envíe a los expertos.

FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Título de la Investigación: Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023.

Investigador Principal: Bach. Adm. Isabela Bustamante Barrantes.

Afiliación del Investigador: UNIVERSIDAD NACIONAL TORIBIO RODRIGUEZ DE MENDOZA DE AMAZONAS

Instrumento a Validar: Cuestionario sobre Factores Socioeconómicos para determinar la implementación del mercado de abastos en cajaruro, 2023.

INSTRUCCIONES PARA EL EXPERTO:

Se le solicita revisar detenidamente el instrumento adjunto y proporcionar sus comentarios y sugerencias para garantizar su validez. Por favor, complete la siguiente ficha de validación.

1. Pertinencia del Contenido:

- ¿El instrumento aborda los temas y aspectos esenciales relacionados con el objetivo de la investigación?

- Sí
- No

Comentarios y sugerencias:

2. Claridad de los Ítems:

- ¿Los ítems del instrumento son claros y fáciles de entender?

- Sí
- No

Comentarios y sugerencias:

3. Relevancia de los Ítems:

- ¿Los ítems son relevantes para el propósito del instrumento?

- Sí
- No

Comentarios y sugerencias:

4. Consistencia y Coherencia:

- ¿El instrumento es coherente en su enfoque y terminología a lo largo de todos los ítems?

- Sí

No
Comentarios y sugerencias:

5. Formato y Diseño:

• ¿El formato y diseño del instrumento facilitan la comprensión y respuesta por parte de los participantes?

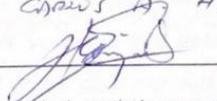
• Sí

• No

Comentarios y sugerencias:

6. Otros Comentarios Generales:

Nombre del Experto: CARLOS A. HINOJOSA SALAZAR

Firma del Experto: 

Fecha: 27 SET 23

Este modelo puede ser adaptado según las necesidades específicas de la investigación y el tipo de instrumento que se esté validando. Es importante que el instrumento que se quiere validar se adjunte o acompañe a esta ficha cuando se envíe a los expertos.



*Resultado3 [Documento3] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Aplicación de búsqueda

Resultado

- Correlaciones no paramétricas
 - Título
 - Notas
 - Correlaciones

Correlaciones no paramétricas

Correlaciones

Rho de Spearman	VAR00001	Coefficiente de correlación	VAR00001	VAR00002
			1,000	-.582 ^a
		Sig. (bilateral)	.	.023
		N	15	15
	VAR00002	Coefficiente de correlación	-.582 ^a	1,000
		Sig. (bilateral)	.023	.
		N	15	15

^a La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ACTIVADO Clásico

*Resultado2 [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Aplicación de búsqueda

Resultado

- Fiabilidad
 - Título
 - Notas
 - Conjunto de datos
 - Escala: ALL VARIAB
 - Título
 - Resumen de p
 - Estadísticas d

Fiabilidad

[ConjuntoDatos2]

Escala: ALL VARIABLES

Resumen de procesamiento de casos

Casos	Válido	N	%
		65	100,0
	Excluido ^a	0	0
	Total	65	100,0

^a La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.834	15